

ABSTRAK

Banyaknya pengusaha yang menjalankan usaha di bidang eceran, mengakibatkan persaingan usaha di bidang ini semakin marak. Terbukti dengan makin banyaknya pasar swalayan yang berada di Surabaya. Makin maraknya pasar swalayan yang ada menyebabkan persaingan antara pasar swalayan yang satu dengan pasar swalayan lain semakin ketat karena masing – masing pengusaha pasar swalayan berusaha menarik konsumen untuk berbelanja di pasar swalayan yang di kelolanya. Hal ini mendorong pasar swalayan Sinar Bintoro untuk mengatasi persaingan yang ada dengan meningkatkan *service management* (8P).

Untuk itu perlu diketahui variabel – variabel yang mendasari penilaian konsumen tentang *service management* (8P) pada pasar swalayan Sinar Bintoro. Setiap variabel tersebut dikelompokkan kedalam dimensi 8P, yaitu produk, *place*, proses, produktivitas dan kualitas, promosi, *people*, *physical evidence* dan *price*. Kemudian dilakukan penyebaran angket/ kuesioner kepada 178 responden.

Metode analisis yang digunakan, adalah analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik konsumen secara umum. Selanjutnya menggunakan analisis pengelompokan responden berdasarkan kecewa tidaknya konsumen terhadap pasar swalayan Sinar Bintoro. Untuk mengetahui ketergantungan antar kelompok dengan variabel kualitatif dapat dilakukan dengan analisis *cross tab*. Selain itu dilakukan analisis manova untuk mengetahui apakah ada perbedaan kesenjangan antara kelompok yang terbentuk dengan variabel-variabel 8P. Dilakukan juga analisis gap 5 terhadap dimensi 8P, selanjutnya menyusun analisis perbaikan terhadap dimensi 8P.

Dari hasil pengumpulan dan pengolahan data diperoleh dua kelompok responden, *cluster 1* adalah konsumen yang tidak merasa kecewa dan *cluster 2* adalah konsumen yang pernah merasa kecewa. Ketergantungan kedua kelompok tersebut dibedakan melalui jenis kelamin, merekomendasikan pasar swalayan Sinar Bintoro dan frekuensi belanja ke pasar swalayan Sinar Bintoro dalam satu bulan. Untuk Manova, terdapat perbedaan kesenjangan antara *cluster* yang terbentuk dengan variabel-variabel 8P dan perbedaannya terletak pada variabel pramuniaga ramah, pramuniaga tahu mengenai barang yang dijual dan adanya *discount*. Untuk gap 5, konsumen *cluster 1* lebih puas daripada konsumen *cluster 2* pada dimensi *people* dan *price*. Sedangkan pada dimensi produk, *place* dan proses, konsumen *cluster 2* lebih puas daripada konsumen *cluster 1*. Oleh karena itu, agar tercapai kepuasan konsumen, maka pasar swalayan Sinar Bintoro sebaiknya melakukan perbaikan terhadap kelima dimensi 8P tersebut.

Perbaikan yang sebaiknya dilakukan oleh pihak manajemen pasar swalayan Sinar Bintoro, yaitu memberikan training pada pramuniaga tentang *product knowledge*, memberikan pelayanan terbaik dan memperlakukan konsumen dengan baik (dimensi *people*), sering mengadakan program *discount* dan menyediakan *member card* dengan fasilitas *discount* yang lebih besar (dimensi *price*), sering mengadakan pemeriksaan kondisi produk/ tanggal kadaluarsa produk yang *display* supaya produk tetap terjamin kualitasnya (dimensi produk), memasang tanda-tanda keberadaan pasar swalayan Sinar Bintoro sehingga konsumen dapat dengan mudah menemukan lokasinya (dimensi *place*), dan mengurangi/ menghilangkan terjadinya antrian dengan menyesuaikan jumlah *counter* kasir yang dibuka dengan banyaknya konsumen yang mau membayar serta menanggapi keluhan setiap konsumen dengan serius (dimensi proses).